モロッコ ナツメヤシで日本から東アジア市場に参入

[FreshPlaza](#) 2025年9月23日

ブドニブ産のメジュールデーツが東アジア市場へ 東京で開催の見本市が出会いの機会に

モロッコのブドニブ地区は、メジュール品種のデーツ(ナツメヤシの実)の発祥地として知られており、同地域の生産者は9月からの2025/26年度シーズンの開始に向けて準備を進めている。世界的なメジュール需要の高まりに伴う産地間競争の激化を背景に、技術的な準備と並行して、新たな市場開拓を目指した積極的な商業活動が展開されている。青果物のプレミアム市場の1つである東アジア市場は、モロッコ生産者にとって特に注目の対象である。これまでベリー類等の高付加価値品の輸出先として長年注目されており、今ではモロッコ産有機メジュールの輸出業者が関心を寄せる市場となっている。

「東アジア市場では有機製品への関心が高まっている」

ブドニブ地区を拠点に有機メジュールを生産するレデルスマジュール社は、これまで欧州向けの輸出に特化してきたが、現在は日本を通じた東アジア市場への参入を準備している。カマル・サリミ氏と共同で同社を創業したアリ・ベン・バシル氏は、同市場の潜在力について、「我々が既に熟知している欧州市場の枠を超え、有機メジュールデーツに馴染みの薄い文化や消費者層に訴求したい。日本市場には我々が探求すべきチャンスがあり、初期の反応は非常に有望である。日本では、歴史があり自然で本物の製品への関心が高まっており、これは弊社の『ラムゼンデュメジュール』(「メジュールのふるさと」を意味する高級ブランド)の理念と完全に一致する」と述べた。(以下「」は同氏の話)

同氏によると、東アジア市場に注目する理由は、同地域の国々に多いイスラム教徒のラマダン期の需要だけではない。「メジュールデーツは世界中で大きな話題となっており、市場ではその価値が正当に評価されている。弊社は、有機栽培への完全移行を経て、強い競争力を獲得した。FAOの報告書によると、アジアにおける有機農産物の需要は年平均6%の成長率を示しており、環境的価値を高める健康志向でトレーサビリティのある製品への関心が高まっている。新型コロナウイルスの流行直後には有機農産物の需要が一時的に停滞または減少したが、現在はヨーロッパを中心に大きく回復しており、アジアの一部の高級市場でも同様の動きが見られる。日本、シンガポール、韓国などの東アジア市場では、有機で、トレーサビリティがあり、意味のある製品への関心が高まっている。有機農産物は単なるラベルではなく、透明性、健康、環境対応を保証するものとして認識されている。」

日本での有機食品展示会に出展

「東アジア市場にアクセスする特別な入り口となるのが、今週東京で開催されるビオファジャパン有機食品展示会(BioFach Japan)である。我々は商業ディレクターのジャファール・サリミ氏を代表として、知識欲と情熱を持って参加する。2025年2月にドイツのニュルンベルクで開催され、世界の有機業界が集結したビオファ展示会にも我々は参加しており、その流れを新たな市場へとつなげるのは自然なことである。したがって、今回の参加は発見、学習、長期的な定着への一歩と捉えている。この機会を通じ、日本の関係者の期待を理解し、この特有の文化的文脈における我々の製品の可能性を評価し、将来的なアジアでの連携の基礎を築きたい。今回我々は非常に謙虚な姿勢で臨む。我々にとっては未知の領域であり、商業的な経験も浅い。現時点では、有機メジュールデーツが現地でどのように認識されているのか(祝祭用、健康食品、民族市場向け、高級贈答品)も分からない。それを探ることがまさに今回の目的である。」

包装と物流が重要な分野に

同氏は展示会を通じて、買い手の声を聞き、日本市場に適応するための商業的・物流的仮説を検証または反証したいと語る。「我々のメジュールビオ(有機メジュール)は、歴史、風味、理念に富んでおり、この地域でも受け入れられる余地があると考えている。ただし、まずは傾聴、適応、そして現地の特性への敬意が必要である。特に包装に関しては、日本市場では欧州や中東とは異なり、魅力的で小型の包装、明瞭な有機ラベル、それに文化的要素の排除が好まれる傾向がある。消費者は個包装や少量の包装で、きちんとして上品かつ実用的なパッケージを好む。また、輸入業者が製品をバルクで受け取り、到着後に再包装するという新たなトレンドも一部の市場で見られるため、輸入業者の好みや業者間でとるべきアプローチについても見極めたい。

これも見本市で日本の専門家と議論したい重要な点である。製品に関しては、見た目の統一感、柔らかい食感、口溶けの良さが消費者の受容における鍵になると考えている。有機であることは品質の保証と見なされるだろうが、原産地、農法、トレーサビリティに関する完全な透明性が伴わなければならない。」

物流も細部にわたる検討が必要な重要課題である。「東アジアへの輸送は物流上の課題ではあるが、有機メジュールのような製品は十分に対応可能である。現在の紅海の危機により、従来の航路が南アフリカ経由に変更されることもあり、納期の延長やコストの増加が発生している。しかし技術的には保存に問題はなく、我々の冷蔵インフラによりこうした物流上の制約にも対応可能である。特に高付加価値品の少量輸送では、既にモロッコ産高級農産物が日本、カタール、アラブ首長国連邦へ空輸されている事例もあり、空輸も選択肢となりうる。これは、需要に応じていつでも実行可能な選択肢として、我々は万全の準備を整えている。物流コストは、最終的な消費者価格に明らかに影響を及ぼす要因である。これも、見本市におけるジャファール・サリミ氏の面談において、完全な透明性の精神のもとで取り上げられる多くの論点の1つである。取引量、頻度、輸送手段、及びインコタームズ(貿易条件の標準化ルール)に関する議論は、アジアの関係者との実現可能な長期的パートナーシップを構築する上で不可欠となる。」

有機栽培が最大の推進力

モロッコの生産者は、慣行栽培から有機農業への完全な移行という農学的な挑戦に取り組んだ。この戦略的な決断について、ベン・バシール氏は擁護している。

「確かに、慣行栽培品市場の一部の関係者は、有機農業を実需への対応というよりも差別化戦略と見なししている。我々はその見方を尊重するが、完全には共有していない。弊社における有機農業への取り組みは、戦略的選択であると同時に、深い信念でもある。仮に、マジョール品種のナツメヤシの供給が増加する状況下で差別化が正当化されるとしても、それは単に競争の激しい市場で際立つということではなく、何よりも我々の取り組みを、土地への、消費者への、そして日々共に働く人々への敬意という、地球規模の倫理の中に位置づけるということである」

「我々には、農学的課題に対して30年以上の経験と専門知識を持つ強力な技術管理チームがある。収量は慣行栽培に比べて少ないが、品質は高いままであり、何よりも、地域の自然の循環と限られた資源を尊重する持続可能な生産モデルによるものである。最終的に、我々が有機農業を選択したのは、環境的、社会的、経済的、商業的価値の総合的な判断によるものである。簡単なことではないが、我々はそれを全面的に受け入れている。」

ベン・バシール氏は、「もし明日、日本や韓国の消費者が他のブランドよりも弊社のナツメヤシを選ぶとすれば、それは好みの問題だけではなく、その背景にある歴史、価値観、そして我々の信念によるのかも知れない」と締めくくった。

執筆者： ユネス・ベンサイド

(翻訳は情報の提供を目的としており、特定の企業や製品を推奨するものではありません。)